

**ORGANISME DE FORMATION DE LA CHAMBRE DE METIERS ET DE L'ARTISANAT DE LA SOMME**  
**Cité des Métiers et de l'Artisanat – 7 rue de l'Île Mystérieuse - 80440 BOVES,**  
N° déclaration activité 22 80 P 0003 80 auprès du préfet de région 02-60-80, SIRET : 18800860100034

#### NATURE ET CARACTERISTIQUES DES ACTIONS DE FORMATION

- **Durée : 1 jour** en centre de formation - 7 h
- **Lieu de formation : Antenne de**  BOVES  ABBEVILLE  PERONNE
- **Pré requis :** Aucun
- **Public visé :** Chef d'entreprise – Conjoint collaborateur ou associé – Salarié – Demandeur d'emploi – Chargé de communication
- **Objectif pédagogique :**
  - ❖ Connaître les actions commerciales et de communication réalisables pour développer une entreprise artisanale.
  - ❖ Être capable de définir une stratégie de communication. Savoir prioriser les actions. Connaître les trucs et astuces, les erreurs à ne pas faire.

#### CONTENU DE FORMATION

- **Conquérir une nouvelle clientèle.**
  - La création de l'image de marque et les enseignes. La façade. L'éclairage vitrine.
  - Les véhicules. Les panneaux de chantier. Les pages jaunes et pagesjaunes.fr
  - Les relations presses et les relations publiques. Savoir utiliser les cartes de visite
  - Se servir des chantiers pour prospecter.
  - L'intérieur du point de vente.
  - L'information sur le lieu de vente, l'information vitrines. Les stops trottoirs.
  - Assurer la promotion de l'entreprise par le biais des collègues (affichettes sur portes, cartes, dépliants)
    - Les courriers sur fichiers de prospection (collègues, union commerciale...)
    - Les courriers conjoints (avec un collègue)
    - Travailler le bouche à oreilles, laisser une trace de son passage. « Scanner ses clients ».
    - Internet à moindre frais en quelques clics: comment procéder et le faire savoir.
    - Savoir choisir les supports publicitaires, la stratégie de ciblage et concevoir une pub efficace.
    - La prospection directe.
    - Les nouveaux supports.
- **Fidéliser les clients.**
  - Quelques chiffres utiles...

- Le fichier clients, le mailing sur fichier et celui remis en main propre
- Les petites attentions, les services « plus »
- Un e-mail, pourquoi faire ? Faire connaître son site aux clients.
- L'utilisation des factures. Les e-mails, les SMS.
- Les portes ouvertes, show room, cocktails
- Les études de satisfaction – La participation des clients aux choix de l'entreprise
- Les cartes de fidélité – La lettre ou le journal d'information.
- L'utilisation du téléphone (en émission mais aussi en réception).
- L'accueil physique. Les cadeaux clients.
- Savoir relooker le point de vente quand il est temps...
- Les nouveaux supports de fidélisation

### **VALIDATION DE LA FORMATION**

Certification       Attestation de compétences       Attestation de suivi de formation

### **MODALITES D'ORGANISATION DE LA FORMATION**

- Enseignement présentiel
- Moyens pédagogiques et techniques : Il est convenu que les stagiaires se verront remettre un support pédagogique reprenant les différentes séquences de formation découlant du programme. L'exposé des thèmes relatifs à l'action de formation se déroulera sous la forme d'exposés théoriques, tout en laissant les stagiaires intervenir au cours du stage afin de créer la meilleure interactivité.
- Moyens de suivi de l'exécution de l'action de formation : Feuilles de présence signées par les stagiaires et le formateur, et ce, par demi-journée de formation.

### **CONDITIONS MATERIELLES DE LA FORMATION**

- Salles de cours équipées d'un vidéoprojecteur.